

## ABSTRAK

Sari, Furi Ratna. 2014 SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Transaksi Berbasis *E-Commerce* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)”

Pembimbing : Dr. H. Nur Asnawi, M. Ag

Kata Kunci : *E-Commerce*, Perilaku Konsumen

---

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa perubahan dalam dunia bisnis khususnya perdagangan di era globalisasi. Dimana pada seratus tahun silam perdagangan dilakukan secara barter (tukar-menukar). Perdagangan secara tradisional transaksi dilakukan dengan bertemunya antara penjual dan pembeli dalam satu tempat. Namun, di era globalisasi semua bisa dilaksanakan secara praktis tanpa harus bertemu. Sarana komunikasi yang mendukung, mendorong konsumen bertransaksi dengan teknologi elektronik melalui *Elektronik Commercial (E-Commerce)*. *E-Commerce* membawa banyak perubahan dalam dunia perdagangan. Dengan perubahan pola pikir konsumen yang cenderung praktis karena terbatasnya waktu.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan data primer dan sekunder. Model analisis menggunakan uji asumsi klasik terdiri dari uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji non-autokorelasi dan uji normalitas. Dilanjutkan dengan uji hipotesis menggunakan uji f (simultan), uji t (parsial) dan variabel dominan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, perilaku konsumen yang terdiri dari kelompok acuan (X1), budaya (X2), kelas sosial (X3), kepercayaan (X4), kepribadian (X5), gaya hidup (X6), harga (X7), dan produk (X8) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap transaksi berbasis *E-Commerce*. Secara parsial kepercayaan (X4) dan kepribadian (X5) mempunyai pengaruh signifikan terhadap transaksi berbasis *E-Commerce*. Kepercayaan (X4) mempunyai pengaruh dominan dalam transaksi berbasis *E-commerce* sebesar 15.21 %. Dan koefisien determinan sebesar 27.1% menunjukkan bahwa kemampuan menjelaskan variabel perilaku konsumen terhadap transaksi berbasis *E-Commerce*.